Esperando el milagro español

La industria del software de entretenimiento ha sufrido una transformación asombrosa en los últimos doce años. Cuando el ZX Spectrum y otras pequeñas maravillas de 8 bits estaban empezando a hacer furor entre un puñado de locos peligrosos, era relativamente fácil escribir un juego de calidad comercial. Sólo hacía falta encerrarse en una habitación con un manual de Ensamblador del Z80, algo de buen gusto para los gráficos y mucha ilusión. En aquel tiempo, llegó a florecer una diminuta pero prometedora industria en nuestro país. La formaban chavales llenos de ganas y de visión de negocio. No llegó a ser una edad de oro, pero de esta época salieron pequeñas joyas que todos recordamos con cariño.

En algún momento, algo fue mal. En la época en que los entrañables 8 bits fueron dando paso gradualmente a las nuevas y potentes máquinas, muchos se quedaron en el camino. Algunos se aferraron a los viejos cacharros y se hundieron con honor, como el capitán que se niega a abandonar el barco tragado por la tormenta. Otros, sencillamente, carecieron de los recursos necesarios para diversificarse entre las opciones del momento, y eligieron mal. Después de todo, cuando las posibles plataformas de destino eran el Commodore Amiga, el Atari ST y aquellos pecés caros y negados para los gráficos, ¿quién podía creer que la arquitectura de estos últimos sería la única superviviente? Yo no habría dado ni un duro por esos trastos de oficina. A otros, el error les costó el negocio.

Hoy las reglas del juego han cambiado para aquéllos que parten de cero. Las máquinas de hoy en día y los gustos del mercado se han aliado para minimizar las oportunidades de los desarrolladores modestos.

La gente quiere superproducciones, obras de software faraónico que ocupen varios CD-ROMs con horas de vídeo digital protagonizado por estrellas de Hollywood y rutinas tridimensionales capaces de quemarle a un Pentium la junta de la culata. Quieren centenas de fondos gráficos dibujados por artistas de caché y animaciones salidas de la trastienda de Disney. Así no se puede, hombre.

La situación me recuerda a la de la industria del cine. Tenemos un público que busca mayoritariamente la espectacularidad de gran presupuesto y reduce las posibilidades del realizador joven y falto de medios a intentar atraer la atención de una reducida minoría de divinos intelectualoides. Supongo que tendremos que estrujarnos el seso y echar el anzuelo en el río de las ideas para ver si se nos ocurre algo tan sencillito y revolucionario como el Tetris y demostramos a los juegoadictos que los placeres sencillos también pueden ser alucinantes.

¿Pero quién se va a comprar en las tiendas un jueguecito que sólo ocupe un disquete? Como no recibamos una subvención del Ministerio de Cultura, la inmensa mayoría de los desarrolladores españoles tenemos el acceso vedado a nuestras propias tiendas.

Pero no todo está perdido. Puede que de momento nos hayan expulsado de ese territorio, pero los mercados emergentes de los quioscos y el shareware tienen aún un sitio para los productos pequeños, siempre que haya calidad e imaginación. Un pequeño grupo de compañías españolas empieza a abrirse paso en el desolado campo de batalla. Los quioscos son un buen terreno para la compra por impulso de productos baratos, aunque se necesita un volumen de ventas muy alto para compensar el coste de distribución. El shareware empieza a ser un mercado "de verdad" en el extranjero, pero aquí en la piel de toro todavía no hay una cultura de apoyo a esta forma de distribución. Si conocen a alguien que haya pagado por un programa shareware en España, por favor tráiganlo aquí para que le hagamos un mapa del genoma y podamos aislar el pedacito de ADN responsable de tal comportamiento. Podríamos insertar el gen de la responsabilidad en un virus vector y diseminarlo por las páginas de la revista, a ver si infectamos a la población.

Creo que en el futuro próximo hay otra esperanza para los pequeños desarrolladores: las redes mundiales de comunicación como Internet (me resisto a emplear esa horterada de "las superautopistas de la información"). Tan pronto como se generalice el acceso a bajo coste de estas redes, y se habilite un sistema de pago electrónico popular y fiable, las pequeñas compañías podrán llegar a millones de usuarios en todo el globo con un gasto de distribución mínimo. Quizá en ese momento podamos jugar en un campo menos desigual; puede que ése sea el momento de levantar cabeza y asombrar al mundo.